

Роль локальных сообществ в формировании городского коммуникативного
пространства

Город представляет собой совершенно особый тип социальности, сущностной чертой которой является интеграция разнообразных видов жизнедеятельности в единую саморазвивающуюся систему с собственными механизмами поддержания устойчивости и порядка. Удовлетворённость жизнью, успешность самореализации, жизненный комфорт горожанина во многом зависят от городской среды, создаваемой руками, поступками, эмоциями как проживающих на данной территории, так и тех, кто организует и управляет жизнью города. Структуру такой социальности можно представить как единство объектных (материальных, организационных) и субъектных (личностных значений и смыслов, установок, мотивов и интенций и др.) элементов. Иными словами, «человеческое общество и, в сущности, все формы социальных отношений и социальной жизни возникают, развиваются и меняются в материально реальном и социально воображаемом контексте городов» [5, с. 133], что можно назвать *социальным производством городского пространства*. В структуре городской среды, оперируя представлениями П. Бурдьё [1, с. 49] о физическом и социальном пространстве, можно выделить непосредственно саму *территорию* как совокупность объектных аспектов жизнедеятельности человека и *пространство* как совокупность субъектных аспектов, имеющее информационное, социально-нормативное, диспозиционное, коммуникативное, ментальное измерение. Разграничение городской среды на территорию и пространство отсылает нас к концепции Г. Зиммеля, посвященной переходу от традиционного общества к цивилизации, от территориально-хозяйственного типа социальности – к «общественному единству» [2, с. 12]. И если территория города выражается преимущественно в физических единицах, то пространство города представляет собой скорее «социологический факт», обозначающий место соединения разнородных духовных элементов (взглядов, ценностей, смыслов), а также *центр кристаллизации специфических для города социальных связей*. При этом поведение жителей в социальном пространстве города детерминировано не только статусной нормативностью, но и нормативностью, формирующейся в сообществах и субкультурах – городской идентичностью, которая представляет собой территориальную идентичность, политическое сознание и социальное развитие, возникающее из совместной жизни в более плотных и гетерогенных городских областях, что можно назвать «пространственным своеобразием урбанизма» [5].

Обобщенное определение коммуникативного пространства сводится к тому, что оно принимается как открытая самоорганизующаяся система, неразрывно связанная с социальными изменениями, состоящая из взаимосвязанных уровней, для определения которых выделяются два важных параметра: первый – коммуникативная дистанция и второй – плотность коммуникации. Последующая адаптация понятия происходит в зависимости от направления исследовательского интереса. В данном случае нас интересует роль локальных сообществ в формировании городского коммуникативного пространства.

Традиция научного изучения городских сообществ восходит к урбанистической социологии и берет свое начало в Чикагской школе социологии (Р. Парк, Э. Берджесс, Л. Вирт). Сообщество – это во многом экологическое образование, совокупность людей (экологических агентов), проживающих на определенной территории, которая накладывает отпечаток на значимые аспекты жизни людей (например, на структуру их расселения в городе). По мнению Р. Парка, «...каждое сообщество представляет собой в определенной степени независимое культурное образование, со своими стандартами, представлениями о должном, о приличиях, и о том, что достойно уважения» [4, с. 36]. Альтернативная антропологическая традиция определения городского сообщества опирается на уникальность жизненного уклада, особую культурную среду и устоявшиеся практики включенных в данное сообщество индивидов, отличных от повседневных практик известного большинства, при этом идентичность сообщества основывается на эмоциональной связи его членов (приязнь к «своим» и неприязнь к «чужим»).

В современном понимании городское сообщество – это не просто совокупность людей, которые могут друг с другом встретиться в силу общности территорий (например, соседи). Понятие «городское сообщество» включает в себя представления о других людях, чувство общности с этими людьми даже в том случае, если мы их не знаем. При этом члены определенного городского сообщества связаны друг с другом скорее символическими, чем социальными отношениями. Важную роль в образовании городского сообщества играет временная синхронизация деятельности в прошлом (общие воспоминания), настоящем (общие поведенческие практики) или в будущем (наличие общих планов).

Обобщив имеющиеся представления о городских сообществах, выделим его операциональные характеристики: городское сообщество не может существовать вне локально, как не-территориальное образование (необходимо наличие определенной территории, воспринимаемой всеми членами сообщества как «своей»); городские сообщества строятся и объединяются на основе общих интересов, ценностей, образа жизни; городские сообщества способны к самоорганизации и кристаллизации автономных структур управления (выдвижению местных лидеров); городское сообщество основывается на

эмоциональной связи его членов, способной длительно существовать через преемственность поколений; городские сообщества способны принимать на себя ответственность в зоне своих интересов.

Чтобы быть сообществом, требуются определенные качества людей: инициативность, способность коллективно и индивидуально ставить цели и достигать их, чувство собственности и ответственности за свое и общее дело, готовность проявлять солидарность и многое другое. Но требуются также условия, в которых коллективные субъекты имеют возможность реализовывать свою волю. С точки зрения американского социолога Рэя Ольденбурга [3], оптимальные условия для развития городских сообществ предоставляют т.н. «третьи места» или «промежуточные пространства» (кофейни и бары, городские парки, бульвары, пешеходные зоны и пр.), представляющие собой неформальные общественные места для встреч. Функцию «третьего места» также могут выполнять небольшие магазинчики и аптеки, местные отделения почты, библиотеки и даже школы. При этом какой-либо территориальный объект (библиотека или школа) может играть роль «третьего места» не на постоянной основе, а время от времени – например, выступая в качестве площадки для реализации различных социальных инициатив.

Литература

1. Бурдье, П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
2. Зиммель, Г. Большие города и духовная жизнь / Г. Зиммель // Логос. – 2002. – № 3-4 (34). – С. 23–34.
3. Ольденбург, Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Р. Ольденбург; пер. с англ. А. Широкаковой. – М.: Новое литературное обозрение, 2014 – 456 с.
4. Парк, Р. Город как социальная лаборатория / Р. Парк // Социологическое обозрение. – 2002. – Т.2. – № 3. – С. 3–12.
5. Сойя, Э. Как писать о городе с точки зрения пространства / Э. Сойя // Логос. – 2008. – № 3. – С 130–140.